

ХУСАЕВ И.З.

аспирант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Аннотация. В статье говорится об основных этапах развития телевидения малых городов Республики Татарстан. В статье приводится характеристика каждого периода и процессы, происходящие в данный период. Также дается определение понятия «малый город» и описание того, какие населенные пункты под это понятие подпадают.

Ключевые слова: малый город, телевидение малых городов, регион Татарстан.

Abstract. The article deals with the main stages of the development of small-town television in the Republic of Tatarstan. The article describes the characteristics of each period and the processes taking place in this period. The definition of "small town" is also given and a description of which settlements under this concept fall.

Keywords: small city, television of small towns, the region of Tatarstan.

Трудно представить сегодня современный мир без телевидения. Телевидение нас развлекает, заставляет плакать и смеяться. Учит нас не только модно одеваться и правильно питаться, но и воспитывать детей. Вместе с телевидением мы делаем утреннюю зарядку и бережем свое здоровье, узнаем о погоде, отправляемся в путешествия по разным странам. Телевидение является гидом в мир тайн и загадок, «забрасывает» нас в космическое пространство. Одним словом, с ним мы идем в ногу со временем.

Самое главное, мы узнаем новости не только со всего мира, но и из каждого самого маленького и удаленного городка, поселка, или деревни.

В данной статье речь пойдет о поэтапном развитии телевидения малых городов России на примере Республики Татарстан. Развитие телевидения малых городов и его основные этапы – малоизученная тема. Во-первых, потому что телевидение малых городов – явление «молодое», возникшее на рубеже XX–XXI столетий. Во-вторых, внимание исследователей СМИ больше сконцентрировано на телевидении региональных и федеральных каналов [1].

Степень разработанности и изученности проблемы. В научных работах нашли отражение различные аспекты и идеи развития отечественного телевидения, например, в работах Э.Г. Багирова, Р.А. Борецкого, Ю.Л. Буданцева, В.В. Гаспаряна, Н.А. Голядкина, Б.А. Грушина, В.В. Егорова, Г.В. Кузнецова, С.А. Муратова, Г.Ю. Никулина, О.Р. Самарцева, Б.М. Сапунова, В.Л. Цвик, Р.В. Даутовой и др. Вместе с тем, следует отметить, что феномен телевидения малых городов Татарстана пока не получил глубокого научного осмысления. Практическая значимость исследования состоит в том, что результаты анализа деятельности телевидения малых городов, могут служить определенным ориентиром в развитии телевидения, прежде всего, в малых городах Татарстана, а также и на других подобных территориях России [2].

Рассмотрим содержание понятия «малый город». Многие путают понятие «малый город» с понятием «поселок городского типа». Малый город – это поселение, которое больше, чем сельский населённый пункт, но меньше, чем крупный город. Малый город – это город с численностью населения не более 50 тыс. человек. В России малых городов около 800. В Республике Татарстан их более 20: Менделеевск – 22,1 тыс. жителей, Бавлы – 22,2 тыс., Буинск – 20,9 тыс., Арск – 20,0 тыс., Агрыз – 19,7 тыс., Мензелинск – 17,0 тыс., Мамадыш – 15,6 тыс., Тетюши – 11,4 тыс., Кукмор – 17,6 тыс. и т.д.

В научных трудах Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвик, А.Я. Юровского, В.Т. Третьякова проводится анализ развития телевидения России в целом. Интересные этапы развития отечественного телевидения в постсоветский период предлагает С.Н. Ильченко.

Так С.Н. Ильченко разделяет развитие телевидения на 3 этапа:

- демонтаж и демонополизация сферы государственного электронного вещания и стихийное формирование рынка электронных СМИ в условиях нового информационного пространства (1990–1995 гг.);
- период формирования олигархической схемы управления отраслью электронных СМИ как частью медиа-бизнеса (1996–1999 гг.);
- период строительства сбалансированной государственно-монополистической системы управления отраслью электронных СМИ (с 2000 г. по настоящее время) [3].

На основе периодизации, предложенной С.Н. Ильченко, мы сформулировали свои основные этапы развития телевидения малых городов Республики Татарстан:

- 1991–1997 гг. – рождение телевидения в малых городах силами местной администрации и, как следствие, полный контроль СМИ;

- 1997–2003 гг. – приход в СМИ частного капитала, и как результат связка бизнес-власть;
- 2003г. по настоящее время – возврат электронных СМИ в государственно-монополистическое управление.

Хотелось бы отметить, что периодизация развития телевидения малых городов отличается по своим временным отрезкам. Связанно это, скорее всего, с удаленностью от больших мегаполисов и, как следствие, с отсутствием профессиональных кадров: журналистов, редакторов, а также с большой дороговизной телевизионного оборудования, и т.д.

В малых городах Татарстана становление и развитие телевидения проходило в целом в один временной период с 1991 по 1997гг. Это был период, когда местные СМИ и телевидение, как самый действенный и эффективный инструмент пропаганды, управлялись муниципальными органами малых городов. Телевидение часто напрямую подчинялось главе местной администрации. Телекомпаниями, в большинстве своем, управляли не «телевизионщики». И, как следствие, развитие местного телевидения проходило медленно. Творческая составляющая была скудная, новостные телепередачи ограничивались съемками совещаний в местной администрации.

На втором этапе развития телевидения малых городов, а именно с 1997 по 2003гг., на телевидение пришел частный капитал.

Бурный рост рынка рекламы и доходы крупных, средних и мелких предприятий были очень высоки. Эти факторы благоприятно влияли на телевидение малых городов. Телекомпании постепенно переходили из VHS на «цифру», заменяя линейный монтаж на цифровой. На смену устаревшим компьютерам приходили современные монтажные комплексы с профессиональными монтажными программами. Широко стали применять компьютерную 3D графику. Успешно начало развиваться и кабельное телевидение.

В третий период развития телевидения малых городов – с 2003г. по настоящее время – происходит постепенный возврат телевидения из рук частного капитала в государственную систему управления. При этом для телекомпаний малых городов ситуация изменилась не в лучшую сторону. Из малых телекомпаний началась утечка квалифицированных кадров, оборудование устаревало как физически, так и морально.

С появлением телекомпании ТНВ (Татарстан-Новый Век) в г. Казани в 2003 г. был найден новый формат, который объединил почти все телекомпании малых городов. И основную задачу по содержанию и развитию регионального телевидения взял на себя ТНВ. В это время нужна была корреспондентская

сеть, нужны были готовые ресурсы для приема материалов, а у ТНВ такие мощности были.

В 2007 году было создано ОАО «ТАТМЕДИА». Учредителем акционерного общества является Республика Татарстан в лице уполномоченного органа – Министерства земельных и имущественных отношений РТ. Сто процентов акций ОАО «ТАТМЕДИА», ввиду его стратегического значения, находятся в государственной собственности Республики Татарстан. На то время большая часть телекомпаний малых городов стала филиалами ОАО «ТАТМЕДИА». СМИ и информационная политика в республике проходила под кураторством ОАО «ТАТМЕДИА».

Еще одним крупным «игроком» в медиaprостранстве Республики Татарстан является «Татарстан-24». Телеканал появился путем слияния двух казанских телекомпаний: телекомпании KZN (телекомпания «Казань») и телекомпании «Эфир». «Татарстан-24» является круглосуточным информационным телеканалом, который каждый день транслирует новости Республики Татарстан.

На сегодняшний день региональные телекомпании, помимо того, что выпускают новости на местных телеканалах, вещают свои наиболее интересные новостные сюжеты и на площадке «Татарстан-24». То есть на всю республику. Отбор же сюжетов остался за редакцией «Татарстан-24». Появилась здоровая конкуренция между телекомпаниями малых городов, которая, несомненно, сказывается и на качестве новостных выпусков: виден профессионализм журналиста, операторская работа, хорошо прослеживается в сюжетах местный колорит и своеобразие города или района. В городах по инициативе администрации города организуются такие информационные поводы, как: открытие новых школ и детских садов, спортивного комплекса, чествование ветеранов ВОВ или Героя труда и другие социально значимые мероприятия с приглашением первых лиц республики. Такие мероприятия, несомненно, влияют на общественное мнение и социально-психологический климат в районе или городе. Также стоит отметить, что практически во всех телекомпаниях малых городов новостные сюжеты и программы передаются на татарском языке, что, безусловно, находит положительный отклик среди населения, не зависимо от национальной принадлежности.

Положительной динамике развития телевидения малых городов способствовало развитие интернета. На сегодняшний день практически в каждом доме есть интернет, а у телекомпаний свой сайт. На сайтах телекомпаний размещена информация о телекомпании: история телекомпании, адрес, телефон, архив программ и т.д.

Подводя итоги изложенному выше, хотелось бы выразить надежду, что телестудии будут организовываться повсеместно, не только в больших, средних и малых городах, но и в сельских поселениях, а также на больших и средних

предприятиях, в высших учебных заведениях. Все это, безусловно, положительно скажется на выборе населением лучших телепередач, а уровень телевидения будет неуклонно расти.

Литература

1. *Даутова Р.В.* Телевидение средних и малых городов в медиа пространстве региона (на примере Татарстана) / Р.В. Даутова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – №7 (49). – Ч. 1. – С. 93–95.

2. Телевизионная журналистика: Учеб. пособие / под ред. Г.В Кузнецова, В.Л. Цвик, А.Я. Юровского. – М.: Высшая школа, 2002. – URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>.

3. *Ильченко С.Н.* Основные этапы развития отечественного телевидения постсоветского периода / С.Н. Ильченко. – URL: <http://mykonspekts.ru/1-152408.html>.